

## ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi informatika dan bisnis pada umumnya ,akhir-akhir ini tertuju kepada kebijakan bagaimana suatu produk yang dihasilkandapat senantiasa memuaskan pelanggannya. *Costumer satisfaction* merupakantujuan utama perusahaan dewasa ini. Perusahaan seakan berlomba-lombamenguasai pasar, meningkatkan profit dengan kepuasan komsumen sebagai alatperantaranya. Berbicara mengenai kepuasan maka akan sangat erat hubungannya dengan kualitas. Sementara kualitas itu sendiri dapat diukur secara kuantitatifmaupun non kuantitatif. Mengukur kualitas secara kuantitatif memunculkan istilahbiaya kualitas. Biaya kualitas dapat diartikan sebagai sejumlah dana yang dikorbankan untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan kontribusi pengaruh dari pengalokasian biaya kualitas yang terdiri dari biaya pencegahan, biayapenilaian, biaya kegagalan internal, biaya kegagalan eksternal sebagai indikator financial kinerja kualitas perusahaan terhadap profitabilitas perusahaan yangdiukur melalui *profit on sales*.

Kata kunci: *Biaya Kualitas, Profitabilitas*